

УДК – 339.13

Яськова Т.Б.

Yaskova T.

Науковий керівник: к.е.н., доцент Піняк І.Л.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ТАРГЕТИНГ-РЕКЛАМА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

TARGETING ADVERTISING IN SOCIAL NETWORKS

Реклама – це форма передавання рекламодавцем оплачуваної інформації, яка створена нагадати, проінформувати, передати та переконати споживачів для сприйняття, послуг, товарів та ідей. Реклама може бути зосереджена як на сегменті населення, так і на великій цільовій аудиторії. Її поширюють різноманітними засобами комунікації, а саме: ЗМІ, газети, телебачення, журнали, різноманітні щити, брошури, радіо і т. д. Основною метою реклами є забезпечення попиту на товари та послуги, які представляються на ринку; залучення максимально можливої, зацікавленої аудиторії споживачів. Для того щоб досягти цю мету потрібно:

- Налаштувати контакти та представити свій товар чи послугу так, щоб потенційний клієнт був зацікавлений в разі більше ніж від реклами ваших конкурентів.

- Створити попит на товар завдяки його образу. Враження від вигляду може перекреслити дрібні недоліки вашого товару (послуги).

- Переконати покупця в придбанні товару (послуги), які пропонуються.

Популярним видом реклами в XXI столітті є реклама в соціальних мережах. Таргетинг – реклама в соціальних мережах. Найбільшим попитом серед суспільства користуються наступні сайти: Facebook, Instagram, Твіттер, ВКонтакті. Для того, щоб зацікавити максимальну цільову

аудиторію використовують різні інструменти таргетингу, наприклад:

- 1) Інтереси. Більшість людей, які користуються даними мережами заповнюючи анкетні дані вказують на свої вподобання, зацікавленості та інтереси.
- 2) Географія. Визначення цільової аудиторії за місцем проживання, або ж виключити ті міста та країни в яких потрібна аудиторія відсутня.
- 3) Демографія. Визначення кількості населення, віку, статі, сімейного становища та інше.
- 4) Робота та освіта. Роки навчання у школі чи вузі, кафедра на якій навчались, університет, професія – легко знаходяться при створенні параметрів реклами.

Що ж до переваг даної реклами, то можна віднести: досить низьку вартість кліка, широке охоплення аудиторії, великі можливості в сегментації аудиторії за багатьма критеріями, можливість стимулювати попит (на відміну від контекстної реклами, де ми обмежені активністю аудиторії), отримання "безкоштовної" реклами (оплата йде за кліки, при цьому оголошення бачать тисячі користувачів).

Чіткий таргетинг, низька вартість, лояльне ставлення користувачів – і тоді рекламу побачать ті, кому вона цікава. Успіх реклами полягає в оформленні: якісне зображення, програмна графіка, акції, знижки, бонуси, помітні заголовки збільшують ефективність реклами.

Отже, на даний момент таргетингова реклама в соціальних мережах – один з найперспективніших напрямків реклами в Інтернеті. Її основними перевагами є інтерактивність, можливість моментально одержувати якісні і кількісні показники рекламної кампанії та економічність. Присутність у соціальних мережах, позитивно впливає на впізнаваність бренду. А регулярна робота з мережевим спільнотою, наприклад, ведення блогу, сприяє підвищенню лояльності покупців.